

Раздел 3. Применение инструментов электронной торговли

Электронная торговля услугами

Сивенков Олег Васильевич

частный институт управления и предпринимательства

Современные компании используют Интернет не только для продажи товаров. Есть множество вариантов оказания сетевых коммерческих услуг. Наиболее популярны сегодня аукционы, финансовые, банковские услуги, туристические, медицинские, страховые, информационные услуги, онлайн-оплата счетов.

Последнее время быстро растет число аукционных сайтов и сопряженных с ними сервисов. Это объясняется тем, что аукционы содержат крайне выгодно: в противоположность интернет-магазинам не нужно тратить деньги на склады и центры дистрибуции, а также на рекламу – исследования аудитории показывают, что пользователи больше привержены этим сайтам, чем интернет-магазинам.

Наряду с традиционными секторами торговли «бизнес-бизнес» и «бизнес-потребитель» в настоящее время на рынке услуг электронной торговли можно выделить сегменты *pc-commerce*, *m-commerce*, *t-commerce*.

В странах Западной Европы и США получили распространение системы интерактивного кабельного и спутникового телевидения (*t-commerce*), с помощью которых пользователи не только могут смотреть видеофильмы, но и заказывать различные товары и услуги. Эти системы, по оценке большинства специалистов, более надежны, поскольку в отличие от интернет-магазинов реализуются в замкнутых сетях без прямого доступа покупателей к глобальным информационным сетям.

Новым направлением развития электронной торговли является использование средств мобильного доступа к сети интернет для осуществления покупок (*m-commerce*).

Динамичный рост сферы услуг является одной из глобальных тенденций в современной экономике. Услуги являются ведущим сектором экономики большинства развитых стран. По данным государственных статистических органов доля услуг в валовом национальном продукте развитых индустриальных стран превышает 70 %, так к началу XXI века доля услуг в ВВП США достигла 78 %, а численность работающих в этом секторе экономики – 80 % от общего числа занятых. Аналогичная тенденция наблюдается в России, в которой к середине 90-х годов торговля услугами превысила производство товаров и продолжает нарастать. На сегодняшний день этот сегмент рынка оценивается почти в 90 млрд долларов США с темпами роста порядка 15–20 % в течение последних лет.

Быстрыми темпами, начиная с 90-х годов XX века, растет международная торговля услугами, среднегодовые темпы роста мирового экспорта услуг в этот период опережали аналогичные показатели динамики товарного экспорта почти на 60 %.

В сфере услуг в настоящее время наиболее динамично развиваются сектор бизнес-услуг (деловые услуги и консалтинг).

Основу сегмента рынка услуг составляют бизнес-услуги, инфраструктура которого представлена сетью организаций и фирм управленческого консультирования. В развитых странах на рынок бизнес-услуг приходится около 4–5 % валового национального продукта и 3–4 млн. рабочих мест. Темпы прироста объемов продаж на мировом рынке консалтинговых услуг колеблются от 20 % до 24 % в год.

В Беларуси суммарный рост рынка консалтинговых услуг в последние 5 лет специалисты оценивают величиной 50–70 % в год при сохраняющейся устойчивой тенденции неудовлетворенного спроса, когда спрос на услуги превышает предложение. На рынке консалтинговых услуг Беларуси не более десятка компаний оказывают услуги в области стратегического маркетинга, в области кадровых агентств – 17 (для сравнения соответственно в Москве – 400, и это лишь 5 % потребности, с учетом частных консультантов), в республике не более 50 профессионалов, в той или иной степени владеющих навыками бизнес-консалтинга).

В то же время в Беларуси как и в других странах с переходной экономикой этот сектор деятельности еще недостаточно исследован и, как следствие, не предложены научно – обоснованные пути его формирования и развития (учитывая, что показатель занятости в сфере услуг в развитых странах – 70–80 %, у нас приблизительно 30–40 %). При этом конъюнктурная ситуация осложняется в связи с перспективой вступления Республики Беларусь в ВТО и развитием торгово-экономического сотрудничества с ЕС. Поэтому особенности маркетинга такого товара, как услуги, заслуживают отдельного рассмотрения

Учитывая это, а также в связи с поставленными руководством Республики Беларусь задачами по совершенствованию системы оказания населению информационно – справочных и консалтинговых услуг по принципу «одного окна» существенно возрастает актуальность проведения исследований и своевременной разработки проектных решений по развитию функций электронной торговли услугами.

Это касается, прежде всего, деловых услуг, науки, образования, телекоммуникаций, компьютерных, инжиниринговых, управленческих услуг.

Кроме того, привлечение инвестиций зависит как от бизнес-климата внутри страны, так и от наличия соответствующей инфраструктуры, в первую очередь, наличия сети центров, оказывающих соответствующие информационно-аналитические услуги, то есть наличия полного кластера бизнес-услуг.

Этот кластер включает следующий базовый перечень бизнес-услуг, направленных на повышение эффективности операционной деятельности и сокращение издержек предприятий через: перепроектирование бизнес-процессов на управленческом и производственном уровнях; оптимизацию логистических операций; стратегическое планирование; внедрение новых систем управления для корпоративных структур и отдельных предприятий; постановка управленческого учета; постановка систем бюджетирования и

расчетов; маркетинговые исследования; постановка служб маркетинга и продаж; внедрение систем качества; корпоративное и проектное финансирование; кадровый консалтинг.

Все это обуславливает необходимость и актуальность использования качественно новых подходов и технологий торговли бизнес-услугами на внутреннем и внешнем рынках.

Для решения этой проблемы предлагается провести комплексный маркетинговый анализ состояния в республике системы оказания бизнес-услуг и на основе этого анализа сформировать соответствующую маркетинговую стратегию (оценить и позиционировать сектор по отдельным видам услуг и разработать обоснованный и взаимоувязанный комплекс мероприятий, методик, инструментов и технологий, позволяющих создать целостную, интеллектуально структурированную, эффективно управляемую и динамически развиваемую в соответствии с мировыми тенденциями систему формирования и торговли бизнес – услугами.

Задачей исследования является поиск корреляции между уровнями развития отдельных услуг, их правильного соотношения, позиционирования на рынке, предположения на основе анализа научно-обоснованной системы показателей и моделей оценки развития инфраструктуры бизнес-услуг, а также оценки сколько и каких рабочих мест будет создано, какого типа кадры нужно готовить и т. д.

Электронное правительство

Электронное правительство перестает быть экспериментом в области административных реформ и теперь является составной частью государственного управления.

Главная задача e-government – повышение эффективности взаимодействия государства и населения и трансформация самой сути государственного управления.

Для реализации концепции электронного правительства необходимы следующие предпосылки:

экономические (сокращение затрат на обслуживание населения);

технические (появление необходимых технологий);

социальные (повышение уровня социальной и технической грамотности населения и ответственности основной массы населения).

Для справки. Граждане России ежегодно тратят на обращения в государственные службы три-четыре миллиарда человеко-часов – это 1,5 млн человеко-лет. Обработкой обращений постоянно заняты более 400 тыс. государственных служащих. При этом, каждый третий акт взаимодействия гражданина с госслужбами заканчивается нулевым результатом.

Такая ситуация увеличивает количество «очных» коммуникаций с населения с чиновниками в геометрической прогрессии и способствует тому, что бюрократия и ее неотъемлемый атрибут – бумажная волокита – тормозят развитие предпринимательства и экономики в целом.

В Беларуси практические шаги для внедрения электронного документооборота в деятельность органов госуправления предпринимаются в

рамках Государственной программы «Электронная Беларусь» и Указа Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко, направленного на решение задачи по организации работы государственных служб по принципу «единого окна».

В дальнейшем предполагается обязать государственные органы публиковать на своих сайтах каждый документ, выходящий из-под пера чиновника и обращенный во внешнюю среду, за исключением документов с грифами ограничения доступа.

Для полномасштабного внедрения принципа «единого окна» необходимо обеспечить готовность органов власти к использованию современных информационно-коммуникационных технологий, а также решить проблему информационной насыщенности, содержательного и технологического соответствия сайтов госучреждений запросам населения (предпринимательства, потенциальных инвесторов, СМИ и т. д.).

Эти интернет-ресурсы должны в соответствии с Государственной программой «Электронная Беларусь» превратиться сначала в интерактивные информационные, а затем в административно-управленческие порталы.

В настоящее время в аппарате Правительства Республики Беларусь, также как и во всех министерствах и концернах Беларуси созданы и используются локальные сети. Персональные ЭВМ имеют практически все сотрудники. На базе локальных сетей осуществляется частичная автоматизация документооборота и формирование персональных и корпоративных баз данных. Работы в этом направлении пока носят разрозненный характер, не используются единые стандарты представления информации и унифицированные базы данных. Эти проблемы предполагается решить в рамках проектов государственной программы «Электронная Беларусь». Приняты также решения Правительства «О государственной регистрации информационных ресурсов» (28.08.2000 № 1344), «О перечне информационных ресурсов, имеющих государственное значение» (29.01.2001 г. № 784). Создан Фонд государственных информационных ресурсов.

Беларусь стала одной из первых стран в мире, принявшей закон об электронном документе (22 декабря 1999 г.). Однако основные положения этого правового акта на практике пока в полном объеме не реализованы. Распространение цифровой подписи ограничено, и до настоящего времени в белорусском интернете частично обращаются только документы в корпоративных информационных системах.

Наиболее развитые корпоративные системы созданы и функционируют в Министерстве образования, Министерстве сельского хозяйства и продовольствия, Министерстве иностранных дел, Национальном банке, Таможенном комитете, Министерстве по налогам и сборам.

Во всех министерствах созданы соответствующие информационно – сервисные структуры. Однако ощущается нехватка специалистов, подготовленных для работы с информационными ресурсами.

Уровни развития электронного правительства. В настоящее время выделяют следующие пять основных стадий развития электронных

правительств:

становление – официальное присутствие органов государственного управления в Интернете;

расширенное присутствие – увеличение числа «госсайтов», имеющие более совершенные функции и предлагающих динамически обновляемую информацию;

интерактивное взаимодействие – для пользователей обеспечиваются интерактивные услуги в Интернете, они имеют доступ к регулярно обновляемой информации, могут загружать типовые формы различных официальных документов, а также направлять официальным лицам сообщения по электронной почте и взаимодействовать с последними через Интернет;

осуществление сделок – пользователи могут оплачивать услуги и совершать сделки через Интернет;

эффективная интеграция – полная интеграция электронных услуг, не сдерживаемая административными границами.

Другой важнейшей задачей в реализации концепции электронного правительства является создание системы для организации и проведения государственных закупок в электронной форме.

Интернет-маркетинг для белорусских предприятий как инструмент получения заказов

Зиссер Юрий Анатольевич

председатель Совета директоров портала TUT.BY

«Капремонт»

Сегодня отечественные предприятия почти не приходится уговаривать обзавестись собственным Интернет-сайтом. Сайты есть практически у всех крупных и средних предприятий, а его отсутствие уже начинает расцениваться некоторыми потребителями как несерьезность предприятия. Таким образом, первый этап интернетизации всей страны, о котором давно говорили интернетчики, худо ли, бедно ли, близок к завершению.

Почему «худо-бедно»? Да потому, что большинство сайтов, как говорится, «оставляет желать». Больше половины белорусских сайтов сделано самодельщиками «на коленке». Как правило, это любительские поделки, выполненные программистами, преимущественно студентами, не имеющими о принципах веб-дизайна и маркетинга ни малейшего понятия. Главный недостаток самodelок состоит даже не в имеющихся в изобилии технических недочетах и плагиате. Истинная беда любительских сайтов – в том, что они ничего не продают, т. е. являются инструментами антимаркетинга, работающими против предприятия. Удивительно часто, глядя на любительский сайт, думается, что лучше не иметь никакого сайта, чем иметь такой. Причина состоит в том, что программисты предприятий и студенты компьютерных специальностей не имеют понятия о принципах маркетинга. Нет народа, более далекого от маркетинга, чем программисты. Сказывается и недостаток опыта ведения подобных разработок, игнорирование специфики Интернета как носителя информации.